محمدمهدی فروغی، ۱۴۰۵

رابطه بین پذیرش هوش مصنوعی و قصد کارافرینی دیجیتال

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین پذیرش هوش مصنوعی و نیات کارآفرینی دیجیتال صورت گرفته است. پژوهشحاضر از منظر هدف، کاربردی و ازنظر ماهیت، توصیفی- همبستگی با رویکرد کمّی میباشد. جامعه آماری این تحقیقشامل کلیه مدیران صندوقها و مؤسسات مالی غیردولتی شهر سبزوار در حدود 571 نفر بودند. عصر حاضر شاهد تحولاتژرفی است که به واسطه ظهور فناوریهای نوین، به ویژه هوش مصنوعی، در تمامی ابعاد اقتصادی و اجتماعی رخ دادهکارآفرینی « است. این فناوریها بستری را فراهم کردهاند تا مفاهیم سنتی کسبوکار به سمت مدلهای نوین، از جملهدر » رابطه بین پذیرش هوش مصنوعی و قصد کارآفرینی دیجیتال « تکامل یابند. پژوهش حاضر با هدف بررسی » دیجیتالمیان مدیران و کارکنان نهادهای مالی بخش خصوصی شهرستان سبزوار انجام شده است.این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش اجرا، توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی مبتنی بر مدلسازی معادلاتساختاری است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارکنان نهادهای مالی بخش خصوصی در شهرستان سبزواربود. برای جمعآوری دادهها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد و روایی و پایایی ابزار سنجش به تأیید رسید. تحلیل دادههاانجام گرفت. نتایج حاصل از)SEM(و آزمون فرضیههای پژوهش با بهرهگیری از تکنیک مدلسازی معادلات ساختاریتحلیل دادهها نشان داد که تمامی 56 فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفتند. بر اساس یافتهها، سهولت و سودمندی درکشدهابزارهای هوش مصنوعی تأثیر مثبت و معناداری بر پذیرش هوش مصنوعی دارند و نوآوری دیجیتال نیز به عنوان یکپیشران برونزا، این پذیرش را تقویت میکند. از سوی دیگر، پذیرش هوش مصنوعی تأثیر مثبتی بر ابعاد نظریه رفتاربرنامهریزیشده شامل نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درکشده ایفا میکند. همچنین، نتایج تأیید کرد که نگرش،هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درکشده به همراه تمایل به ریسک، پیشبینیکنندههای قدرتمندی برای شکلگیری قصدرابطه » خودکارآمدی کارآفرینی دیجیتال « کارآفرینی دیجیتال هستند. در نهایت، بررسی نقش متغیر تعدیلگر نشان داد کهمیان نگرش و قصد کارآفرینی دیجیتال را به طور معناداری تعدیل و تقویت میکند.یافتههای این پژوهش ضمن توسعه مرزهای دانش در حوزه اقتصاد دیجیتال و کارآفرینی، به مدیران نهادهای مالی وسیاستگذاران منطقهای پیشنهاد میکند تا با ترویج ابزارهای هوش مصنوعی و ارتقای خودکارآمدی کارکنان، بستر لازم رابرای توسعه نوآوری و راهاندازی کسبوکارهای دیجیتال فراهم آورند.

کلیدواژه‌ها: واژههای کلیدی: پذیرش هوش مصنوعی، قصد کارآفرینی دیجیتال، خودکارآمدی کارآفرینی دیجیتال

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۹۲۹۴۰۷۹۴۴۰۶۷۳۴۳۰۴۹۱۶۳۶۱۰۱۶۹
تاریخ دفاع: ۱۴۰۵/۰۷/۰۷

رشته‌ی تحصیلی:
دانشکده:
استاد راهنما: دکتر محمد پوراحتشام

Thesis:

Title : Artificial Intelligence Adoption and Digital Entrepreneurship Intentions

This study aims to investigate the relationship between the acceptance of artificial intelligence and digital
entrepreneurial intentions. The present study is applied in terms of its purpose and descriptivecorrelational
in nature with a quantitative approach. The statistical population of this study included all managers of funds and non-governmental financial institutions in Sabzevar city, about 175 people. The
current era has witnessed profound changes that have occurred in all economic and social dimensions due
to the emergence of new technologies, especially artificial intelligence. These technologies have provided
a platform for traditional business concepts to evolve towards new models, including "digital
entrepreneurship". The present study aims to investigate the "relationship between the acceptance of
artificial intelligence and digital entrepreneurial intentions" among managers and employees of private
sector financial institutions in Sabzevar city .This study is applied in terms of its purpose and descriptivesurvey
in terms of its implementation method and is of a correlation type based on structural equation
modeling. The statistical population of the study included all managers and employees of private sector
financial institutions in Sabzevar city. A standard questionnaire was used to collect data, and the validity
and reliability of the measurement tool were confirmed. Data analysis and testing of research hypotheses
were performed using the Structural Equation Modeling (SEM) technique. The results of data analysis
showed that all 16 research hypotheses were confirmed. Based on the findings, perceived ease and
usefulness of AI tools have a positive and significant effect on AI acceptance, and digital innovation, as
an exogenous driver, strengthens this acceptance. On the other hand, AI acceptance has a positive effect

on the dimensions of the Theory of Planned Behavior, including attitude, subjective norms, and perceived
behavioral control. The results also confirmed that attitude, subjective norms, and perceived behavioral
control, along with risk appetite, are powerful predictors for the formation of digital entrepreneurial
intention. Finally, examining the role of the moderating variable showed that digital entrepreneurial selfefficacy
significantly moderates and strengthens the relationship between attitude and digital
entrepreneurial intention The findings of this study, while expanding the boundaries of knowledge in the
field of digital economy and entrepreneurship, suggest that financial institution managers and regional
policymakers should provide the necessary platform for developing innovation and launching digital
businesses by promoting artificial intelligence tools and improving employee self-efficacy